

Allgemeine Geschäftsbedingungen & Marketing-Richtlinien für Affiliates und IBs

Allgemeines

Diese Marketingrichtlinien (im Folgenden Richtlinien) sind integraler Bestandteil der Marketing Affiliate / IB Vereinbarung und können von Zeit zu Zeit geändert werden.

Affiliates und IBs sind nicht berechtigt, trading-house oder deren Partner-Broker über Suchmaschinen, Social-Media-Netzwerke, Werbenetzwerke, Websites, Marketing-E-Mails oder ähnliche Kanäle oder andere Quellen zu bewerben, die zuvor nicht von trading-house.net überprüft und genehmigt wurden.

Diese Richtlinien wurden gemäß den Regeln und Anforderungen der ESMA und der MIFID 2 verfasst. Zu beachten sind ferner die unterschiedlichen landesspezifischen Auslegungen und Verschärfungen der Regeln durch die lokalen Aufsichtsbehörden. Relevant sind jeweils die Regeln der Länder, in denen die Werbung gemacht wird, **sowie** der Länder, in dem die jeweiligen Kontoführenden Partner ihre Regulierung haben.

„Marketingkommunikation“ ist definiert als alle Werbematerialien in jedem Kommunikationsmedium, einschließlich, aber nicht beschränkt auf elektronische oder Online-Kommunikation, Marketingmaterialien, Veröffentlichungen und alle marketingbezogenen Themen, die der Partner verwendet, um Kunden mit trading-house.net oder deren Partner-Broker bekannt zu machen.

Affilites und IBs ist es nicht gestattet, Kunden und/oder potenziellen Kunden Anlageberatung, Rechtsberatung, Anreize, Empfehlung oder Portfoliomanagement anzubieten oder Gelder von Kunden für einen der Partner-Broker entgegenzunehmen.

Eingeschränkte Zielgruppe – Alle von uns angebotenen Dienstleistungen sowie die handelbaren gehandelte Produkte sind nur für Personen verfügbar, die mindestens 18 Jahre alt sind.

Eingeschränkte Länder – Die Auswahl der Länder in denen Du Werbung machen darfst, ist eingeschränkt und variiert je nach Partner-Broker. Listen bekommst Du gerne auf Anfrage.

Kommunikationsrichtlinien

- Drücke Dich genau, fair, klar und nicht irreführend aus.
- Versprich keine Gewinne und gib keine Garantieverprechen gegen Verluste.
- Stelle Chancen und Risiken ausgewogen dar.
- Verwende keine absoluten oder unqualifizierten Aussagen.
- Stelle sicher, dass alle Informationen so gefasst sind, dass sie vom Durchschnitt der Bevölkerung an die die Werbung gerichtet ist, verstanden werden.

- Alle Warnungen müssen klar formuliert sein und dürfen nicht verschleiert sein.
- Du darfst keine fremden Produkte mit unserem Logo oder dem Logo einer unserer Partner-Broker bewerben.
- Verwende keine unqualifizierten Aussagen - alle Fakten sollten durch eine Quelle belegt werden.
- Wenn Du Dich auf Finanzinstrumente beziehst, mache deutlich, dass CFDs diskutiert werden, nicht die zugrunde liegenden Vermögenswerte.
- Verwende immer angemessene und passende Risikowarnungen.
- Stell sicher, dass das Format der Risikowarnung deutlich lesbar ist, sich an prominenter Stelle und mit sichtbaren Farben geschrieben ist.
- Steuerliche Referenzen: Gib keine steuerlichen Ratschläge. Diese sind den entsprechenden Berufsgruppen vorbehalten.
- Verwende den Namen einer Regulierungsbehörde nicht in einer Weise, die eine Billigung oder Genehmigung der Produkte oder Dienstleistungen von trading-house oder einer ihrer Partner-Broker durch die Regulierungsbehörde anzeigen oder vorschlagen würde.
- Die Werbung muss auf Webseiten veröffentlicht werden, die sich auf Finanzmärkte, Nachrichten oder andere finanzbezogene Dienstleistungen / Produkte beziehen, die Handelsinformationen anbieten.

Überwachung

Wir sind verpflichtet, Deine Werbung und Kommunikation fortlaufend zu überwachen, um die Einhaltung dieser Richtlinien sicherzustellen. Wenn regelmäßig Compliance-Probleme auftreten, müssen wir als ultimative Maßnahme die Zusammenarbeit als Ganzes überdenken.

Wenn wir Probleme bei Deiner Werbung sehen, dann werden wir Dich auffordern, sie zu ändern oder zu entfernen. In diesem Fall musst Du der Aufforderung innerhalb von 24 Stunden nachkommen. Sollte dies zeitlich nicht möglich sein, musst Du uns darüber informieren.

Bevor Du mit einer Werbemaßnahme beginnst, musst Du uns darüber informieren und sie vorab genehmigen lassen. Gleiches gilt für Änderungen von Kampagnen oder Webseiten.

Diese Richtlinien können jederzeit aktualisiert werden, da die Aufsichtsbehörden die Gesetzgebung und/oder die Auslegung der Gesetzgebung ändern können. Als Partner stimmst du zu, diese Richtlinien in der jeweils aktuellen Version zu akzeptieren und zu beachten.

Verwendung der Risikowarnung

Affiliates und IBs müssen den potenziellen Kunden immer über die Risiken informieren, die mit den in der Marketingmitteilung / Werbung angebotenen Dienstleistungen verbunden sind.

Überprüfe alle Risikowarnungen

- Wichtige Informationen, Anweisungen oder Warnungen werden mit klaren und fettgedruckten Schriftstilen auf neutralen Hintergründen angezeigt.
- Die Größe der wichtigen Informationen, Aussagen oder Warnungen muss unter Berücksichtigung des Inhalts, der Größe und der Ausrichtung des Werbematerials als Ganzes verhältnismäßig sein.
- Sowohl die Vor- als auch die Nachteile eines Produktes werden durch gleichermaßen prominente Merkmalsaussagen ausgeglichen.
- Risikowarnungen werden im Hauptteil der Anzeige und vor dem "Kleingedruckten" (d. h. dem zusätzlichen Produkt-/Rechtstext und den Kontaktinformationen des Unternehmens) deutlich angegeben.
- Risikoinformationen erscheinen auf der Zielseite der Webseite, auf die der Kunde zuerst gelangt, wenn er einem Werbelink folgt.
- Risikowarnungen bleiben auf dem Bildschirm fixiert, auch wenn der Client auf den jeweiligen Webseiten nach oben und unten scrollt.
- Die Risiken wiederholen sich auf verlinkten Seiten weiter in der Produktkette der Website.

Risikowarnung und wo sie erscheinen muss

Für die folgenden Beiträge ist die ESMA-Risikowarnung erforderlich, die entweder im Beitragstext oder in einem begleitenden Bild enthalten ist:

- Alle Werbeinhalte mit einem Aufruf zum Handeln (z. B. Registrieren oder Eröffnen eines Kontos)
- Jeder Beitrag, der auf den Inhalt trading-house oder einen der Partner-Broker verweist, einschließlich Artikel und Webinar-Aufzeichnungen

Der erforderliche Haftungsausschluss lautet:

***XX% der Kleinanlegerkonten verlieren Geld beim CFD-Handel mit diesem Anbieter. Sie sollten überlegen, ob Sie es sich leisten können, das hohe Risiko einzugehen, Ihr Geld zu verlieren. Bei mobilen Inhalten gelten verkürzte Versionen.**

Beachte, dass der Prozentsatz im Haftungsausschluss vierteljährlich aktualisiert wird und der aktualisierte Prozentsatz jedes Quartal auf unserer Webseite bereitgestellt wird.

Warnung vor dem Chartrisiko

Alle Screenshots von Charts vom Handelsterminal benötigen den folgenden Haftungsausschluss:

Bitte beachten Sie: Die Wertentwicklung in der Vergangenheit ist kein zuverlässiger Indikator für zukünftige Ergebnisse.

Persönliche Risikowarnung

Wenn ein Webinar, Seminargastgeber, ein persönliches Beispiel für seine Handelserfahrung gibt, muss er sagen:

Die Wertentwicklung in der Vergangenheit ist kein verlässlicher Indikator für zukünftige Ergebnisse.

Aussagen, die sich auf Entwicklungen in der Vergangenheit beziehen

Es müssen angemessene Performance-Informationen enthalten, die die unmittelbar vorangegangenen 5 Jahre oder den gesamten Zeitraum, für den das Finanzinstrument angeboten wurde, abdecken. Mindestens jedoch muss die Performance für ein Jahr dargestellt werden.

Die Performance der Vergangenheit darf nicht das hervorstechendste Merkmal der Aussage sein.

Der Bezugszeitraum und die Informationsquelle müssen klar angegeben werden.

Die Informationen müssen eine deutliche Warnung enthalten, dass sich die Zahlen auf die Vergangenheit beziehen und dass die Wertentwicklung in der Vergangenheit kein zuverlässiger Indikator für zukünftige Ergebnisse ist.

Aussagen, die sich auf eine prognostizierte, zukünftige Entwicklungen beziehen

Sie darf nicht auf einer simulierten Wertentwicklung in der Vergangenheit basieren oder sich auf diese beziehen.

Sie muss auf vernünftigen Annahmen beruhen, die durch objektive Daten gestützt werden.

Basieren die Informationen auf einer Bruttoleistung, so sind die Auswirkungen von Provisionen, Gebühren oder sonstigen Entgelten offenzulegen.

Sie muss eine deutliche Warnung enthalten, dass solche Prognosen kein zuverlässiger Indikator für die zukünftige Wertentwicklung sind.

Sprache

Die Sprache muss geeignet sein, von der vermutlichen Zielgruppe verstanden zu werden.

Es ist klar und so Jargon frei wie möglich sein (gilt auch für Allgemeine Geschäftsbedingungen).

Jargon-Begriffe, die enthalten sind, werden erklärt oder ein Querverweis auf eine Erklärung wird bereitgestellt.

Akzeptable und inakzeptable Wörter und Aussagen

Vermeide das Wort "einfach" in Bezug auf den Handel oder das Geldverdienen.

Meide Superlative wie: „Das Beste“, Das Höchste, Das Sicherste“.

Sagen nicht "keine Erfahrung erforderlich", "Sie brauchen keine Erfahrung, um ein erfolgreicher Trader zu sein" und stelle keine ähnliche Behauptungen auf.

Meide Wörter wie „Spielen“ oder „Wetten“ in Verbindung mit dem Handel.

KEINE Anlageberatung oder Portfolioverwaltung

trading-house ist nicht berechtigt, die Wertpapierdienstleistung des Portfoliomanagements zu erbringen.

Affiliates und IBs dürfen den potenziellen Kunden, keine Anlage- und/oder Finanzberatung und/oder Portfoliomanagement-Dienstleistungen anbieten.

Transparenz

Affiliates und IBs müssen immer ihre korrekten persönlichen Daten verwenden. Verwende keine falschen persönlichen Informationen, die Kunden und/oder potenzielle Kunden irreführen könnten, wie falsche Namen, Post- und E-Mail-Adressen.

Kontaktiere denselben Kunden nicht über verschiedene E-Mail-Adressen oder Telefonnummern.

Stelle sicher, dass Du die vorherige Zustimmung der Kunden hast, wenn Du ihm Marketingmitteilungen zu trading-house oder einem unserer Partner-Broker sendest.

Affiliates und IBs dürfen sich unter keinen Umständen als Betreiber und/oder Vertreter und/oder Vertreter und/oder Mitarbeiter von trading-house oder ihren Partner-Brokern ausgeben. Die Affiliates und IBs dürfen den Namen trading-house nicht in einer Weise verwenden, die der Öffentlichkeit und/oder einer Regulierungsbehörde den Eindruck des Vorstehenden vermittelt. Die Affiliates und IBs werden es unterlassen, sich den Namen trading-house in der Kommunikation mit den potenziellen Kunden zu eigen zu machen, z. B.

in der E-Mail-Kommunikation, in einer Weise, dass es den Anschein hat, dass die Kommunikation von trading-house und / oder im Namen von trading-house gesendet wurde.

Gesetzliche Bestimmungen

Ungeachtet der obenstehenden Geschäftsbedingungen haben gesetzliche Bestimmungen, sofern sie im Widerspruch zu unseren Geschäftsbedingungen stehen, immer Vorrang. Der Affiliate oder IB ist verpflichtet, die Rechtmäßigkeit des eigenen Handelns jederzeit zu hinterfragen und zu überprüfen. Insofern haben die Geschäftsbedingungen auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Haftung

Verursacht der Affiliate oder IB aufgrund seines Handelns der trading-house.net AG oder einem ihrer Partner-Broker einen Schaden, so hat der Affiliate oder IB diesen Schaden zu ersetzen. Diese Regelung ergibt sich aus dem Gesetz. Wir wollten dennoch an dieser Stelle darauf hinweisen.

Stand: Oktober 2022